



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Marketing digital y su relación con el posicionamiento de la pastelería  
Dulcinelly, en el año 2019.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Br. Flores Cojal, Claudia Luisa (ORCID: 0000-0002-9196-0386)

**ASESORA:**

Mg. Cárdenas Rodríguez, Karina Jackeline (ORCID: 0000-0003-1140-4759)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN :**

Marketing

**Trujillo – Perú**

**2019**

## **Dedicatoria**

### ***A Dios***

Por la vida, salud, fortaleza y sabiduría en lo largo de mis estudios.

### ***A mi familia***

Que gracias a ellos siempre mantuve el espíritu de esforzarme y destacar alcanzando mis metas en mi vida profesional.

***Rosario e Irene*** (q.e.p.d), mis abuelas, por el amor incondicional, el tiempo y el enfoque en mi formación por buscar siempre ser perseverante y la mejor.

***Cristian***, gracias por estar a mi lado, por el apoyo moral y entusiasmo que me brindaste para seguir adelante en mis propósitos.

## **Agradecimiento**

Agradecimiento eterno a mi familia, y a todas las personas que confiaron y confían en mi.

A la Universidad César Vallejo por los conocimientos adquiridos en mi formación profesional.

A mi asesora por el constante apoyo, motivación, consejos y conocimientos en la mejora de la presente elaboración.

A pastelería Dulcinelly, por permitir el desarrollo de la presente investigación, brindando siempre facilidades para la recolección de información.

## Página del jurado

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don  
 (a).....Claudia Luisa Flores Coyal.....  
 cuyo título es: Marketing digital y su relación con el posicionamiento de  
la pastelería Dicanelly, en el año 2019.  
 .....  
 .....

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por  
 el estudiante, otorgándole el calificativo de: ...17....(número)  
 .....diecisiete.....(letras).

Trujillo (o Filial).....12.....de.....dic.....del 2019

  
 .....  
 Dra. Flor Alicia Calvanapón Alva  
 PRESIDENTE

  
 .....  
 Mg. Karina Jacqueline Cárdenas Rodríguez  
 SECRETARIO

  
 .....  
 Dr. Gustavo Adolfo Ugarriza Gross  
 VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

## Declaratoria de autenticidad

### Declaratoria de autenticidad

Yo, Flores Cojal, Claudia Luisa, con DNI N° 73269996, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, diciembre del 2019.



Flores Cojal, Claudia Luisa

DNI: 73269996

## Índice

<b>Dedicatoria.....</b>	<b>ii</b>
<b>Agradecimiento .....</b>	<b>iii</b>
<b>Página del jurado .....</b>	<b>iv</b>
<b>Declaratoria de autenticidad .....</b>	<b>v</b>
<b>Índice.....</b>	<b>vi</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>vii</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>viii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. MÉTODO .....</b>	<b>15</b>
2.1 Tipo y diseño de investigación .....	16
2.2. Variables, operacionalización .....	17
2.3. Población, muestra y muestreo .....	18
2.4.Técnicas e instrumentos recolección de datos, validez y confiabilidad .....	19
2.5 Procedimiento .....	22
2.6.Método de análisis de datos .....	22
2.7.Aspectos éticos .....	22
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>24</b>
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>29</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>34</b>
<b>VII. PROPUESTA.....</b>	<b>35</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>39</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>44</b>

## Resumen

El presente estudio fue realizado con la finalidad de determinar la relación entre el marketing digital y el posicionamiento de la pastelería Dulcinelly, en el año 2019. El tipo de estudio realizado fue correlacional, con diseño no experimental de corte transversal. La población fue infinita y la muestra lo conformaron 385 clientes de la pastelería Dulcinelly de la ciudad de Trujillo, calculada con muestreo aleatorio simple. Se utilizó la encuesta como técnica de recolección y se han empleado dos cuestionarios, se determinó la confiabilidad de los instrumentos usando el Alfa de Cronbach, para el cuestionario del marketing digital se obtuvo un coeficiente de 0,887 y para el cuestionario del posicionamiento un coeficiente de 0,798 siendo estos confiables, y la validez se realizó por juicio de 4 expertos. Los datos se procesaron mediante Microsoft Excel, programa SPSS Ver.25, obteniéndose los siguientes resultados, en el marketing digital el nivel fue alto predominando con 81% y para el posicionamiento con el 89%. Se concluyó que existe correlación positiva alta muy significativa siendo el coeficiente de 0,819\*\* según Rho Spearman entre las variables marketing digital y posicionamiento, la significancia de 0,000 menor que 0,05 propuesta en la presente investigación, indicándose así que a mayor presencia de la variable marketing digital mayor medida de la variable posicionamiento en la pastelería Dulcinelly, en el año 2019.

**Palabras claves:** Marketing digital, Posicionamiento, clientes.

## **Abstract**

*The present study was carried out with the purpose of determining the relationship between digital marketing and the positioning of Dulcinelly pastry customers in the year 2019. The type of study was non-experimental, with a cross-correlational design. The population was infinite and the sample was made up of 385 customers from the Dulcinelly bakery in the city of Trujillo. The sampling was probabilistic, two questionnaires have been used, using Cronbach's Alpha for reliability in digital marketing with, 887 and in positioning with, 798 and for the validity of content it was by judgment of 4 experts. The data was processed using Microsoft Excel, SPSS Ver. 25 program. The results were presented in tables, predominantly the high level in Digital Marketing with 81% and Positioning with 89%. Concluding that there is a very significant high positive correlation being 0.819 \*\* according to Rho Spearman between the variables Digital Marketing and positioning with significance of, 000 less than 0.05 proposed in the present investigation, to a greater extent of the variable Digital Marketing greater measure of the positioning variable of the Dulcinelly pastry shop, in the year 2019.*

*Keywords: Digital marketing, Positioning, client.*